

2021年中国矿泉水市场分析报告- 市场深度分析与投资前景研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国矿泉水市场分析报告-市场深度分析与投资前景研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/531144531144.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

一、矿泉水行业投资风险分析

1、天然水源取水水源供应不足

矿泉水分为天然矿泉水和非天然，天然矿泉水指从地下深处自然涌出或经钻井采集，含有一定量的矿物质、微量元素或其他成分，在一定区域内未受污染并采取预防措施避免污染的水。

天然水源取水如果出现水源质量问题，例如水源受到污染或者供应环境因素等原因出现下降，矿泉水原材料供应出现问题将导致水源供应不足以满足市场需求，对企业的经营造成不利影响。

2、包装原材料采购价格上涨

矿泉水的盛放容器矿泉水瓶的生产原材料主要为生产瓶身的PET、瓶盖、标签、纸箱、收缩膜等。矿泉水原材料和包装材料成本占比较高，原材料PET受宏观经济的影响较大，因为政府法律法规和市场供应情况而出现价格上涨。如果原材料价格上涨，企业就需要调整定价策略，从而导致产品的竞争力下降，为了维持产品竞争力，企业可能会增加产品的生产成本，导致矿泉水行业企业经营压力变大，盈利能力减弱。

3、行业进入壁垒风险和政府监管

我国矿泉水行业受食品药品监管总局、质检总局、卫生计生委的监管。国家严格规定食品生产企业的产品质量安全问题，对天然水取水管理和矿泉水采矿管理都有严格的规定。水源地的取水受政府监管，需要从政府获取取水许可证或采矿许可证，有一定的政策壁垒，对新水源的开发可能有一定的影响。商品的质量、塑料包装等问题也关系着企业在生产成本和行政流程上存在一定的风险。在突发情况下若果企业的取水资质被暂停或撤销，或相关的水资源费用大幅增加，企业的运营受到威胁。

矿泉水行业相关监管法律法规

时间

政策

内容

2015.12.16

《取水许可管理办法》

为加强取水许可管理，规范取水的申请、审批和监督管理，水利部负责全国取水许可制度的组织实施和监督管理。

2017.3.1

《取水许可和水资源费征收管理条例》

明确水资源费征收标准的制定原则，完善水资源费征收和缴纳程序，取水审批机关按照实际取水量和水资源费征收标准确定具体的缴纳数额后，向取水单位或者个人送达书面通知。

规范水资源费的分配和使用，水资源费应当解缴国库，全额纳入财政预算，主要用于水资源的节约、保护和管理，任何单位和个人都不得截留、侵占或者挪用水资源费。

2020.1.16

《关于进一步加强塑料污染治理意见》

塑料在生产生活中应用广泛，是重要的基础材料。不规范生产、使用塑料制品和回收处置塑料废弃物，会造成能源资源浪费和环境污染，加大资源环境压力。

到2020年，率先在部分地区、部分领域禁止、限制部分塑料制品的生产、销售和使用。到2022年，一次性塑料制品消费量明显减少，替代产品得到推广，塑料废弃物资源化能源化利用比例大幅提升；在塑料污染问题突出领域和电商、快递、外卖等新兴领域，形成一批可复制、可推广的塑料减量和绿色物流模式。到2025年，塑料制品生产、流通、消费和回收处置等环节的管理制度基本建立，多元共治体系基本形成，替代产品开发应用水平进一步提升，重点城市塑料垃圾填埋量大幅降低，塑料污染得到有效控制。

2017.11.17

《食品经营许可管理办法》

规范食品经营许可活动，加强食品经营监督管理，保障食品安全，未取得食品经营许可从事食品经营活动的，由县级以上地方食品药品监督管理部门依照《中华人民共和国食品安全法》第一百二十二条的规定给予处罚。资料来源：观研天下数据中心整理

4、中国经济状况或中国矿泉水市场出现下滑都将导致行业投资出现风险

矿泉水行业市场状况受消费者的可支配收入的影响，消费者的消费习惯可能受经济的整体状况而出现下滑。2020年新冠疫情的爆发，全球经济低迷。受疫情及相关防控措施的影响，消费者需求受到重大影响，其次消费者人口流动减少、部分零售网点关闭。许多矿泉水企业生产基地在2020年第一季度中止矿泉水的生产。疫情对第三方物流供应商业造成了一定的影响，2020年全球疫情使得矿泉水行业供应链运作受到巨大的冲击，消费者消费能力减弱，矿泉水行业市场销售状况受到影响。

二、销售渠道：经销为主，销售渠道多元化，电商渠道成长速度快

目前，我国矿泉水等软饮企业主要通过经销商来进行全国分销。中国的矿泉水市场的销售渠道可以分为传统渠道、现代渠道、餐饮渠道、电商渠道和自动贩卖机等新零售渠道。

主要销售渠道

销售渠道

具体对象

传统渠道

主要包括小型杂货店及非连锁便利店。这些商店通常由个体商户或家庭拥有及经营。

现代渠道

主要包括购物商场、超市及连锁便利店。

餐饮渠道

主要指餐饮服务提供者。

电商渠道

指线上销售平台。

其他渠道

主要包括特通渠道及以自动贩卖机为代表的新零售渠道。特通渠道主要包括航空运输、车站、加油站、及高速公路服务区。资料来源：商业资料，观研天下数据中心整理

我国地大物博，矿泉水企业通过经销的渠道建立经销商网络，依靠经销商来接触广泛的客户群。近年来，随着矿泉水行业集中度的不断提高，领先的企业纷纷采用联销体、政策牵引等方式，深化与经销商的合作关系，一体化运作市场提升竞争力，企业间整合资源，矿泉水行业经销商的集中度也在不断提升。

销售渠道日益多元化，多元化的销售渠道增加了消费者购买产品的便利性。由于矿泉水属于消费者日常消费品，多元化的销售渠道普及丰富消费者的购买渠道，从而增加了产品的消费频率。

目前，我国消费者网购习惯已经已经形成，矿泉水电商渠道成长迅速。电商渠道使得传统的价格体系崩盘，经销商的利益受到一定的冲击。目前，各级经销商利用淘宝、京东、团购等电商渠道销售矿泉水。电商渠道打破了地域的限制，送货上门等服务使得消费者的购买渠道更为便捷，大量采购矿泉水的产品价格更为优惠。（cyy）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国矿泉水市场分析报告-市场深度分析与投资前景研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价

格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国矿泉水行业发展概述

第一节 矿泉水行业发展情况概述

一、矿泉水行业相关定义

二、矿泉水行业基本情况介绍

三、矿泉水行业发展特点分析

四、矿泉水行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售模式

五、矿泉水行业需求主体分析

第二节 中国矿泉水行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、矿泉水行业产业链条分析

三、产业链运行机制

1、沟通协调机制

2、风险分配机制

3、竞争协调机制

四、中国矿泉水行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国矿泉水行业生命周期分析

一、矿泉水行业生命周期理论概述

二、矿泉水行业所属的生命周期分析

第四节 矿泉水行业经济指标分析

一、矿泉水行业的赢利性分析

二、矿泉水行业的经济周期分析

三、矿泉水行业附加值的提升空间分析

第五节 中国矿泉水行业进入壁垒分析

- 一、矿泉水行业资金壁垒分析
- 二、矿泉水行业技术壁垒分析
- 三、矿泉水行业人才壁垒分析
- 四、矿泉水行业品牌壁垒分析
- 五、矿泉水行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球矿泉水行业市场发展现状分析

- 第一节 全球矿泉水行业发展历程回顾
- 第二节 全球矿泉水行业市场区域分布情况
- 第三节 亚洲矿泉水行业地区市场分析
 - 一、亚洲矿泉水行业市场现状分析
 - 二、亚洲矿泉水行业市场规模与市场需求分析
 - 三、亚洲矿泉水行业市场前景分析
- 第四节 北美矿泉水行业地区市场分析
 - 一、北美矿泉水行业市场现状分析
 - 二、北美矿泉水行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美矿泉水行业市场前景分析
- 第五节 欧洲矿泉水行业地区市场分析
 - 一、欧洲矿泉水行业市场现状分析
 - 二、欧洲矿泉水行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲矿泉水行业市场前景分析
- 第六节 2021-2026年世界矿泉水行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球矿泉水行业市场规模预测

第三章 中国矿泉水产业发展环境分析

- 第一节 我国宏观经济环境分析
 - 一、中国GDP增长情况分析
 - 二、工业经济发展形势分析
 - 三、社会固定资产投资分析
 - 四、全社会消费品矿泉水总额
 - 五、城乡居民收入增长分析
 - 六、居民消费价格变化分析
 - 七、对外贸易发展形势分析
- 第二节 中国矿泉水行业政策环境分析
 - 一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国矿泉水产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国矿泉水行业运行情况

第一节 中国矿泉水行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国矿泉水行业市场规模分析

第三节 中国矿泉水行业供应情况分析

第四节 中国矿泉水行业需求情况分析

第五节 我国矿泉水行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国矿泉水行业供需平衡分析

第七节 中国矿泉水行业发展趋势分析

第五章 中国矿泉水所属行业运行数据监测

第一节 中国矿泉水所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国矿泉水所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国矿泉水所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国矿泉水市场格局分析

第一节 中国矿泉水行业竞争现状分析

- 一、中国矿泉水行业竞争情况分析
- 二、中国矿泉水行业主要品牌分析

第二节 中国矿泉水行业集中度分析

- 一、中国矿泉水行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国矿泉水行业市场集中度分析

第三节 中国矿泉水行业存在的问题

第四节 中国矿泉水行业解决问题的策略分析

第五节 中国矿泉水行业钻石模型分析

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国矿泉水行业需求特点与动态分析

第一节 中国矿泉水行业消费市场动态情况

第二节 中国矿泉水行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 矿泉水行业成本结构分析

第四节 矿泉水行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第五节 中国矿泉水行业价格现状分析

第六节 中国矿泉水行业平均价格走势预测

- 一、中国矿泉水行业价格影响因素
- 二、中国矿泉水行业平均价格走势预测
- 三、中国矿泉水行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国矿泉水行业区域市场现状分析

第一节 中国矿泉水行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区矿泉水市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区矿泉水市场规模分析
- 四、华东地区矿泉水市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区矿泉水市场规模分析
- 四、华中地区矿泉水市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区矿泉水市场规模分析
- 四、华南地区矿泉水市场规模预测

第九章 2017-2020年中国矿泉水行业竞争情况

第一节 中国矿泉水行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国矿泉水行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国矿泉水行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境

- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 矿泉水行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国矿泉水行业发展前景分析与预测

第一节 中国矿泉水行业未来发展前景分析

- 一、矿泉水行业国内投资环境分析
- 二、中国矿泉水行业市场机会分析
- 三、中国矿泉水行业投资增速预测

第二节 中国矿泉水行业未来发展趋势预测

第三节 中国矿泉水行业市场发展预测

- 一、中国矿泉水行业市场规模预测
- 二、中国矿泉水行业市场规模增速预测
- 三、中国矿泉水行业产值规模预测
- 四、中国矿泉水行业产值增速预测
- 五、中国矿泉水行业供需情况预测

第四节 中国矿泉水行业盈利走势预测

- 一、中国矿泉水行业毛利润同比增速预测
- 二、中国矿泉水行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国矿泉水行业投资风险与营销分析

第一节 矿泉水行业投资风险分析

- 一、矿泉水行业政策风险分析
- 二、矿泉水行业技术风险分析
- 三、矿泉水行业竞争风险分析
- 四、矿泉水行业其他风险分析

第二节 矿泉水行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国矿泉水行业发展战略及规划建议

第一节 中国矿泉水行业品牌战略分析

- 一、矿泉水企业品牌的重要性
- 二、矿泉水企业实施品牌战略的意义
- 三、矿泉水企业品牌的现状分析
- 四、矿泉水企业的品牌战略
- 五、矿泉水品牌战略管理的策略

第二节 中国矿泉水行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国矿泉水行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第四节 矿泉水行业竞争力提升策略

- 一、矿泉水行业产品差异性策略
- 二、矿泉水行业个性化服务策略
- 三、矿泉水行业的促销宣传策略
- 四、矿泉水行业信息智能化策略
- 五、矿泉水行业品牌化建设策略
- 六、矿泉水行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国矿泉水行业发展策略及投资建议

第一节 中国矿泉水行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国矿泉水行业营销渠道策略

- 一、矿泉水行业渠道选择策略
- 二、矿泉水行业营销策略

第三节 中国矿泉水行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国矿泉水行业重点投资区域分析
- 二、中国矿泉水行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/531144531144.html>